

Il falso mito dell'originalità

Carlo Altini

«Originalità». È questa una delle parole chiave che il capitalismo contemporaneo utilizza in modo strumentale per costruire il proprio immaginario simbolico, oltre che per indurre nelle masse un desiderio irrefrenabile di consumo. L'«originalità» rappresenta infatti il volto suadente della competizione individualistica in quanto è una maschera narcisistica che rende presentabile la pulsione all'acquisizione proprietaria (non solo sulle cose, ma anche sulle persone). Ma è davvero possibile parlare di originalità nell'epoca delle merci distribuite a livello globale? Ed è possibile parlare oggi di un individuo autonomo, indipendente, isolato e sovrano che è in grado di decidere della propria originalità? A queste domande dà risposta – negativa – il libro *Il sogno di una copia. Del doppio, del dubbio, della malinconia* di Alfonso Maurizio Iacono (Guerini Scientifica, pp. 191, euro 18,50) in cui il tema viene trattato prendendo spunto dai problemi contemporanei ma senza cedere alle facili mode dell'attualizzazione. Iacono discute infatti alcune questioni teoriche (p.es. l'autonomia, la finzione, la malinconia, il gioco, l'educazione), utili per la critica dell'idea di «originalità», recuperando alcune riflessioni classiche di storia della filosofia (da Platone a Kant, da Aristotele a Vico, da Marx a Wittgenstein) che si intrecciano con prospettive psico-pedagogiche (Winnicott), artistico-letterarie (da Goethe a Baudelaire, da Auerbach a Magritte) e socio-antropologiche (da Durkheim a Bateson), fino a costruire un'argomentazione «inattuale» in grado di svelare il carattere ideologico dei discorsi mediatici dominanti.

Riflessione critica oggi significa distanza, distacco; non immediatezza, bensì mediazione, cioè la forma entro cui dovrebbe darsi politica, una politica che invece oggi è ridotta ad amministrazione del potere, ovvero al governo di un incessante prodursi di cambiamenti solo apparenti (in quanto finalizzati alla conservazione dello *status quo*) che generano effetti di naturalizzazione dei fatti sociali, accettati supinamente come eventi naturali, immutabili ed eterni. Questa perdita di riflessione critica, inoltre, non si accompagna a una condizione pubblica di afasia ma, al contrario, a un'impressionante bulimia di parole e immagini che offuscano idee, concetti, progetti. Ogni epoca produce conformismi: la nostra però produce un conformismo che non ha i tratti del *vecchio* e della conservazione, bensì quelli del *nuovo* e del progresso. Per questo motivo un tale conformismo è tanto più difficile, se non sconfiggerlo, almeno riconoscerlo come tale, così da rifiutare una supina accettazione dell'attuale «eterno presente», a cui corrisponde una desolante assenza di futuro.

Il libro di Iacono ci spinge a mettere sistematicamente in discussione questo quadro socio-politico a partire da una riflessione «inattuale» sulla differenza filosofica tra *copia* e *imitazione* implicata dalla nostra ossessione sull'originalità. Se il sogno di una copia è essere ciò che non è (una realtà individuale, originale, unica), il sogno di un'imitazione è invece quello di rendere visibile lo scarto tra la realtà e la sua rappresentazione. Dunque la copia è inganno, perché intende sostituirsi alla realtà senza lasciare spazio per un *altrove*, producendo processi di naturalizzazione e di falsa coscienza. Al contrario, l'imitazione permette di rappresentare il mondo attraverso prospettive plurali (p.es. quelle del gioco, della letteratura e del teatro) che comportano atti creativi: l'imitazione è un esplicito *fare finta* (bellissimo il caso del bambino che cavalca il manico di scopa facendo finta di essere a cavallo), è un'illusione che produce *conoscenza critica* che ci porta a essere vigili nei confronti di ogni rappresentazione della realtà. Lungi dall'essere astratta, questa distinzione proposta da Iacono riguarda proprio il fondamento ideologico del capitalismo contemporaneo e della sua sovrastruttura culturale: infatti il sogno della copia che prende il posto dell'originale oggi si realizza nella produzione in serie delle merci e nei format televisivi in cui le copie lottano tra loro per diventare il protagonista «originale».